

## **Взаимосвязь развития предпринимательской культуры и понятия экономического роста**

**Рубцов А.В.**, к.э.н., доцент кафедры базовых дисциплин

Лесосибирский педагогический институт – филиал СФУ, Лесосибирск, Россия

**Мамаева С.В.**, к.фил.н., доцент кафедры базовых дисциплин

Лесосибирский педагогический институт – филиал СФУ, Лесосибирск, Россия

**Киргизова Е.В.**, к.п.н., доцент кафедры высшей математики, информатики и естествознания, Лесосибирский педагогический институт – филиал СФУ, Лесосибирск, Россия

**Лукин Ю.Л.**, профессор кафедры базовых дисциплин, Лесосибирский педагогический институт – филиал СФУ, Лесосибирск, Россия

**Шмутьская Л.С.**, к.фил.н., доцент кафедры филологии и языковой коммуникации Лесосибирский педагогический институт – филиал СФУ, Лесосибирск, Россия

**Мальцева М.В.**, студентка 4 курса филологического факультета

Лесосибирский педагогический институт – филиал СФУ, Лесосибирск, Россия

**Аннотация.** На сегодняшний день ввиду совершенствования мировых экономических отношений, экономического развития можно достичь воздействием на рост предпринимательской культуры. Целью данного исследования является объяснение различных важных факторов, а именно предпринимательской сети, предпринимательской культуры и конкуренции, как движущих факторов экономического роста.

**Ключевые слова:** экономический рост, предпринимательская культура, микроэкономика, устойчивое развитие, эконометрическое моделирование

## **The relationship between the development of entrepreneurial culture and the concept of economic growth**

**Rubtsov A.V.**, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Lesosibirskij Pedagogical Institute – branch of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia

**Mamaeva S.V.**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Lesosibirskij Pedagogical Institute – branch of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia

**Kirgizova E.V.**, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Lesosibirskij Pedagogical Institute – branch of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia

**Lukin Yu.L.**, Professor of the Department of Basic Disciplines, Lesosibirskij Pedagogical Institute – branch of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia

**Shmul'skaya L.S.**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Lesosibirskij Pedagogical Institute – branch of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia

**Maltseva M.V.**, 4th year student of the Faculty of Philology, Lesosibirskij Pedagogical Institute-branch of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia

**Annotation.** Today, due to the improvement of world economic relations, economic development can be achieved by influencing the growth of entrepreneurial culture. The purpose of this study is to explain various important factors, namely the business network, business culture, and competition, as driving factors of economic growth.

**Keywords:** economic growth, entrepreneurial culture, microeconomics, sustainable development, econometric modeling.

### **Введение**

Взаимосвязь и влияние предпринимательства на экономический рост становится все более интересной и важной темой для исследователей и лиц, принимающих решения. Сегодня в значительной степени признается, что

предпринимательство является важным элементом экономического прогресса в различных аспектах: путем выявления, оценки и использования возможностей для бизнеса, путем создания новых фирм и /или обновления существующих, путем продвижения экономики вперед за счет инноваций, создания рабочих мест и общего повышения благосостояния общества<sup>1</sup>.

Важность предпринимательской культуры для экономики отражается в ее росте как предмета исследования. Это также представляет интерес для бизнесменов, экономической прессы, гражданского общества и правительств во всем мире. Признание предпринимательства и предпринимателей в качестве движущих сил экономического роста ускорилось с середины 1990-х годов, и политики во многих странах, а также международные организации пытаются предложить решения для улучшения предпринимательской среды.

Предпринимательская культура, согласно интерпретации зарубежных исследователей<sup>2</sup>, теоретически и практически призвана быть движущей силой развития предпринимательских навыков в творческом и культурном секторах. Классические исследования показывают, что хорошо растущая предпринимательская сеть способствует предпринимательскому бизнесу, в том числе в повышении чистого роста бизнеса<sup>3</sup>.

Хотя предпринимательство имеет очень долгую историю, до сих пор не существует общепринятого определения. Существует множество способов объяснить термин «предпринимательство», и они исходят из различных точек зрения и дисциплин (экономика, менеджмент, социология, философия).

Большинство определений сходятся в том, что предпринимательство – это явление, которое встречается во всей экономике, выходя за рамки рыночной экономики и охватывая общество в целом.

---

<sup>1</sup> Prasetyo P.E. Economic policy impact on competitiveness and efficiency of textile industry in central java // Economic Journal of Emerging Market. – 2014. – № 6(2). – С. 85-95.

<sup>2</sup> Kuhlke O., Kooyman R., Schramme A. Cultural entrepreneurship as an academic discipline and professional practice embracing new theories [электронный ресурс] / O. Kuhlke, R. Kooyman, A. Schramme. – Режим доступа: <https://www.researchgate.net>.

<sup>3</sup> Real J.C., Mareno M.I.P. The Role of Entrepreneurial Culture and Human Capital in Innovation. Research Gate [электронный ресурс] / J.C. Real, M.I.P. Mareno. – Режим доступа: <https://www.researchgate.net/publication/254441265>.

Кроме того, предпринимательство может практиковаться в различных организациях, от самозанятых лиц до малых и средних предприятий и крупных транснациональных концернов.

Приоритетное рассмотрение именно предпринимательской культуры заключается в его понимании как составляющей экономического успеха<sup>4</sup>. Таким образом, предпринимательская культура – это определенная, сложившаяся совокупность принципов, приемов, методов осуществления предпринимательской деятельности субъектами в соответствии с действующими в стране (обществе) правовыми нормами (законами, нормативными актами), обычаями делового оборота, этическими и нравственными правилами, нормами поведения при осуществлении цивилизованного бизнеса<sup>5</sup>.

Целью данного исследования является выявление взаимосвязи между предпринимательской культурой и ростом экономики.

### **Результаты исследования**

Для анализа были собраны первичные данные исследования предпринимательской культуры. Выборку составили результаты статистики малого и среднего предпринимательства в России<sup>6</sup>. Репрезентативными выборками в данном исследовании являются 137 предпринимателей, отобранных методом случайной выборки из 585 субъектов бизнеса. Данные эндогенной переменной экономического роста (EG) в данной статье измеряются размерностью коэффициента, индекса совокупного объема производства, генерируемого каждым субъектом хозяйствования в исследовании. Кроме того, объясняющая переменная конкуренции (С) определяется как предпринимательская попытка создать уникальные продукты и услуги для

---

<sup>4</sup> Beugelsdijk S., Klasing M.J., Millionis P. Regional economic development in Europe: The role of total factor productivity // *Regional Studies*. – 2018. – № 52(4). – С. 461-476.

<sup>5</sup> Формирование культуры управления производственно-коммерческой деятельностью: монография. / Коллектив авторов - С.Е.Брулев, А.Н.Попов, Г.Н.Пряхин, Ю.Р.Лутфуллин, Р.Х.Гибадуллин, Н.В.Ксенафонтов / Екатеринбург: Изд-во Урал.гос.экон.ун-та, 2006. – 268 с.

<sup>6</sup> РОССТАТ Сплошное статистическое наблюдение малого и среднего бизнеса за 2020 год. – [электронный ресурс]: [https://rosstat.gov.ru/small\\_business\\_2020](https://rosstat.gov.ru/small_business_2020).

выхода на рынок их совместного бизнеса. Это измерение переменной конкуренции получается на основе идентификационного соотношения рыночных возможностей, которые могут быть выбраны, введены и обслуживаются предпринимателями в исследовании, с базовым принципом политики антимонопольной и анти-нездоровой конкуренции<sup>7</sup>.

В анализе используется эконометрическая модель анализа траекторий с рекурсивным уравнением. Целью такой модели является изучение любого прямого влияния, косвенного влияния и суммарного влияния экзогенных переменных на эндогенные переменные. Структурная форма модели уравнения устроена следующим образом.

$$C = \alpha_0 + \alpha_1 Nw + \alpha_2 EC + \varepsilon_1 \quad (1)$$

$$EG = \beta_0 + \beta_1 Nw + \beta_2 EC + \beta_3 C + \varepsilon_2 \quad (2)$$

В таблице 1 показано, что предпринимательская культура положительно и значимо влияет на конкуренцию на уровне достоверности 99% или уровне значимости 1%, в то время как сетевая переменная отрицательно и незначительно влияет на конкуренцию.

Результаты исследования показывают, что создание предпринимательской сети в большей степени имеет социальную основу. Другими словами, предпринимательская сеть, как правило, представляет собой союз или сотрудничество в целях повышения взаимной производительности и конкурентоспособности, а не конкуренции. Более того, результат уравнения модели (2) (табл. 1) показывает, что переменная предпринимательской культуры по-прежнему оказывает положительное и значимое влияние при доверительном уровне 99% или уровне значимости 1%. Кроме того, фактор

---

<sup>7</sup> Huggins R. Entrepreneurship, innovation and regional growth: A network theory // Small Business Economics. – 2015. – № 41(5) – С. 103-128.

предпринимательской культуры также оказывает влияние на экономический рост<sup>8</sup>.

Таблица 1

**Результаты регрессионного анализа рекурсивной модели и структурными уравнениями (1) и (2).<sup>9</sup>**

Уравнение (1)	Нестандартизир. коэффициенты		Стандартизир. коэффициенты	Зн-е	Корреляции		
	В	Стандартная ошибка	Бета		0-й порядок	Частич. порядок	Часть
(Конст.)	0.089	0.027		0.001			
Сеть (Nw)	-0.015	0.069	-0.016	0.831	0.419	-0.018	-0.013
Предпр. культура (EC)	0.692	0.069	0.738	0.000	0.729	0.657	0.596
Уравнение (2)	Нестандартизир. коэффициенты		Стандартизир. коэффициенты	Зн-е	Корреляции		
	В	Стандартная ошибка	Бета		0-й порядок	Частич. порядок	Часть
(Конст.)	0.093	0.038		0.014			
Сеть (Nw)	0.197	0.093	0.174	0.036	0.471	0.180	0.141
Предпр. культура (EC)	0.408	0.122	0.365	0.001	0.610	0.278	0.223
Конкуренция (C)	0.232	0.116	0.195	0.048	0.534	0.171	0.133

Исходя из значений стандартизированных коэффициентов регрессии, фактор предпринимательской культуры вносит 36,50% вклада в экономический рост, в то время как каждая из двух других переменных, а именно конкуренция и сетевое взаимодействие, положительно и существенно влияет на экономический рост на уровне доверия 95%. Исходя из стандартизированных значений коэффициентов, конкурентные и сетевые факторы вносят соответственно 19,50% и 17,40%.

Эти результаты подтверждают предыдущие исследования, которые объясняют важность роли предпринимательской культуры как важного ресурса для успеха регионального экономического роста<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> Федорянич О.И. Правовое обеспечение профессиональной и предпринимательской деятельности: учеб. [Текст] / О. И. Федорянич. – М.: Академия, 2015. - 189 с. – ISBN 978-5-4468-1572-2.

<sup>9</sup> Составлено авторами

<sup>10</sup> Шевченко О.П. Предпринимательская культура в эпоху интернет-коммуникаций // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2020. – № 1. – С. 101-104.

Далее рассмотрим результаты прямого, косвенного и суммарного влияния на экономический рост (табл.2).

Таблица 2

**Результаты прямого, косвенного и суммарного влияния на экономический рост<sup>11</sup>**

Переменная	Прямое влияние	Косвенное влияние			Косвенное влияние	Сумм. влияние
		Сеть	Предприн. культура	Конкуренция		
Сеть	0.0303		0.0374	0.0005	0.0379	0.0682
Предпринимательская культура	0.1332	0.0374		0.0525	0.0899	0.2231
Конкуренция	0.0380	0.0005	0.0525		0.0530	0.0910

Исходя из таблицы 2, можно выявить, что фактор предпринимательской культуры оказывает наибольшее прямое, косвенное и суммарное влияние на экономический рост. Между тем конкуренция и предпринимательская сеть оказывают лишь общее влияние соответственно (0,0910) и (0,0682).

**Заключение**

Таким образом, феномены долгосрочного процесса экономической активности предпринимательства в исследуемой области, обусловленные главным фактором предпринимательской культуры, должны в большей степени служить ключевым фактором устойчивого регионального и национального экономического роста.

Сделан вывод о том, что предпринимательская сеть, конкуренция и, в частности, факторы предпринимательской культуры в предпринимательском секторе играют важную роль в качестве еще более качественного и устойчивого развития экономического роста<sup>12</sup>. Поэтому любая политика экономического развития как в России, так и в других странах должна основываться на функции

<sup>11</sup> Составлено авторами

<sup>12</sup> Лутфуллин Ю.Р., Краснов А.А. Социокультурные стереотипы в поведении российских предпринимателей // Социальное пространство интернета: перспективы экономсоциологических исследований: материалы науч.-практ.конф.; г. Минск: Право и экономика, 2014. – С.192-195.

и роли повышения предпринимательского потенциала как необходимого и достаточного условия экономического развития для повышения благосостояния людей. Реализация такой политики должна осуществляться, в частности, через формирование у людей характера предпринимательской культуры в целом, последовательно и устойчиво. Кроме того, другим исследователям рекомендуется постоянно изучать факторы, которые могут способствовать развитию предпринимательской культуры на национальном уровне, а также изучать человеческий капитал и факторы социального капитала.

### **Библиографический список**

1. Beugelsdijk S., Klasing M.J., Millionis P. Regional economic development in Europe: The role of total factor productivity // *Regional Studies*. – 2018. – № 52(4). – С. 463.

2. Huggins R. Entrepreneurship, innovation and regional growth: A network theory // *Small Business Economics*. – 2015. – № 41(5) – С. 112.

3. Kuhlke O., Kooyman R., Schramme A. Cultural entrepreneurship as an academic discipline and professional practice embracing new theories [электронный ресурс] / O. Kuhlke, R. Kooyman, A. Schramme. – Режим доступа: <https://www.researchgate.net>.

4. Prasetyo P.E. Economic policy impact on competitiveness and efficiency of textile industry in central java // *Economic Journal of Emerging Market*. – 2014. – № 6(2). – С. 87.

5. Real J.C., Mareno M.I.P. The Role of Entrepreneurial Culture and Human Capital in Innovation. Research Gate [электронный ресурс] / J.C. Real, M.I.P. Mareno. – Режим доступа: <https://www.researchgate.net/publication/254441265>

6. Лутфуллин Ю.Р., Краснов А.А. Социокультурные стереотипы в поведении российских предпринимателей // *Социальное пространство интернета: перспективы экономсоциологических исследований: материалы науч.-практ.конф.*; г. Минск: Право и экономика, 2014. – С.194.

7. РОССТАТ Сплошное статистическое наблюдение малого и среднего бизнеса за 2020 год. – [электронный ресурс]: [https://rosstat.gov.ru/small\\_business\\_2020](https://rosstat.gov.ru/small_business_2020)

8. Федорянич О.И. Правовое обеспечение профессиональной и предпринимательской деятельности: учеб. [Текст] / О. И. Федорянич. – М.: Академия, 2015. – С.31.

9. Формирование культуры управления производственно-коммерческой деятельностью: монография. / Коллектив авторов - С.Е.Брулев, А.Н.Попов, Г.Н.Пряхин, Ю.Р.Лутфуллин, Р.Х.Гибадуллин, Н.В.Ксенафонтов / Екатеринбург: Изд-во Урал.гос.экон.ун-та, 2006. – С. 28.

10. Шевченко О.П. Предпринимательская культура в эпоху интернет-коммуникаций // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2020. – № 1. – С. 102.

## References

1. Beugelsdijk S., Klasing M.J., Millionis P. Regional economic development in Europe: The role of total factor productivity // *Regional Studies*. – 2018. – № 52(4). – P. 463.

2. Huggins R. Entrepreneurship, innovation and regional growth: A network theory // *Small Business Economics*. – 2015. – № 41(5) – P. 112.

3. Kuhlke O., R. Kooyman, A. Schramme Cultural entrepreneurship as an academic discipline and professional practice embracing new theories [electronic resource] / O. Kuhlke, R. Kooyman, A. Schramme. - Access mode: <https://www.researchgate.net>.

4. Prasetyo P. E. Economic policy impact on competitiveness and efficiency of textile industry in central java // *Economic Journal of Emerging Market*. – 2014. – № 6(2). – P. 87.

5. Real, J. C., Mareno, M. I. P. The Role of Entrepreneurial Culture and Human Capital in Innovation. Research Gate [electronic resource] / J. C. Real, M. I. P. Mareno. – Access mode: <https://www.researchgate.net/publication/254441265>
6. Lutfullin, Y.R., Krasnov, A.A. socio-cultural stereotypes in the behavior of Russian entrepreneurs // Social space of the Internet: the perspective economicology research: materialy nauch.-pract.Conf.; Minsk: law and Economics, 2014. – P. 194.
7. ROSSTAT Continuous statistical monitoring of small and medium business for 2020. – [electronic resource]: [https://rosstat.gov.ru/small\\_business\\_2020](https://rosstat.gov.ru/small_business_2020)
8. Fedoryanich O. I. Legal support of professional and entrepreneurial activity: textbook. [Text] / O. I. Fedoryanich. – M.: Akademiya, 2015. – P. 31.
9. Formation of the culture of management of production and commercial activities: monograph. / Collective of authors-S.E. Brulev, A.N. Popov, G.N. Pryakhin, Yu.R. Lutfullin, R.H. Gibadullin, N.V. Ksenafontov / Yekaterinburg: Publishing house Ural. state. ekon.un-ta, 2006. – P. 28.
10. Shevchenko O.P. Entrepreneurial culture in the era of Internet communications // Humanities, socio-economic and social sciences. – 2020. – № 1. – P. 102.